

**e-commerce**
Potenzialità

Il settore del commercio elettronico è in costante sviluppo ed è difficile indicare valori i risultati ottenibili da un'impresa che avvia un progetto di e-commerce in quanto il mondo internet rappresenta uno spazio commerciale indefinito in cui i risultati di successo, dando per scontata la vendibilità del prodotto, sono teoricamente certi e strettamente collegati alla visibilità garantita al sito.

Al di là delle potenzialità derivanti da un network mondiale un progetto di e-commerce ben pianificato può garantire:

- un prezzo del prodotto più competitivo rispetto ad un prezzo di mercato tradizionale
- economie di scala notevoli e raggiungibili anche in brevissimo tempo
- una capitalizzazione di borsa/ valore delle azioni/azienda spesso oltremodo sproporzionato rispetto a criteri oggettivi
- una rotazione di magazzino elevatissima compatibilmente all'efficienza della logistica e della distribuzione
- trend velocissimi di crescita che azzerano eventuali giudizi negativi sulla redditività dell'azienda, supportando e favorendo l'apprezzamento degli operatori circa le potenzialità e la redditività futura dell'azienda.
- Il miglioramento e l'ampliamento del servizio ai clienti riducendo ad esempio i tempi per l'ordine, permettendo di conoscere lo stato di avanzamento dell'ordine, scaricare software, cataloghi ed informazioni, ottenere risposte immediate a problemi tecnici etc.
- risparmio di costi di stampa per cataloghi e manuali tecnici, costi di spedizione e di distribuzione, di telefono e fax etc. in considerazione anche della flessibilità e della immediatezza con cui si possono apporre modifiche ed integrazioni al sito internet
- risparmio di costi per assistenza clienti, riducendo il numero di chiamate telefoniche dei clienti, il numero di risorse umane (operatori e tecnici) da dedicare al customer care ed il supporto tecnico, la riduzione delle spese di missione degli interventi etc.
- riduzione dei costi di ricerca del personale e di formazione a tutti i livelli di competenza
- maggior controllo e possibilità di incentivazione e formazione del personale aziendale per effetto anche della possibilità di evitare aumenti di organico più o meno qualificato
- possibilità di accedere a diversi livelli di distribuzione che vanno dal business to business al business to consumers evitando conflitti di interessi, di azioni e incompatibilità di strategie di marketing.
- velocità ed economicità nell'approcciare clientela per ricerche e analisi di mercato, a sperimentazione e/o lancio di nuovi prodotti etc.
- possibilità di integrare velocemente la propria offerta con altri prodotti o con produzioni sinergiche o complementari
- maggiore diffusione di un marchio aumentandone la riconoscibilità ed il valore di mercato.

Naturalmente i vantaggi sopra delineati rappresentano solo una sintesi a cui è possibile aggiungere vantaggi e benefici che dipendono in larga misura dalla specificità delle ragioni e presupposti alla base della strategia che avvia un progetto di e-business. Ad oggi si può comunque affermare che per una azienda attenta al mercato e alle sue evoluzioni non esistono contro indicazioni o svantaggi nell'avviare un progetto di e-commerce ma semmai esistono svantaggi e rischi derivanti dal non farlo soprattutto se concorrenti sono già presenti sul Web con canale di vendita elettronico ben progettato, gestito e supportato da azioni dirette a accrescerne la visibilità.